

аспектах общественной жизни, которые зачастую обходят стороной сотрудники других СМИ, что является неоспоримым преимуществом изданий данного типа. Вместе с тем на страницах районных газет освещаются социальные проблемы как конкретного региона, так и общего характера (алкоголизм, наркомания, сиротство и др.).

Подводя итог сравнению особенностей освещения социальной тематики в районных изданиях Брестской области, можно отметить, что приоритеты в социальной сфере везде одинаковы, отличаются лишь способы подачи материалов. В практике журналистов районных газет немало интересных начинаний: различные социальные проекты, интерактивные акции, конкурсы. Вместе с тем, на наш взгляд, журналисты региональных СМИ чаще всего освещают отдельные истории, а не ищут способы решения тех или иных проблем. Само по себе обращение к социальной тематике не гарантирует необходимого уровня доверия читателей, хоть, безусловно, и привлекает внимание аудитории. Складывается парадоксальная ситуация: формально районные газеты почти полностью посвящены социальным проблемам, но фактически представляют собой отчет о деятельности местных властей. Безусловно, такая информация необходима жителям региона, но только в том случае, если она является предметом обсуждения, критики, анализа. Сама жизнь дает возможность журналистам региональных изданий видеть социальные проблемы комплексно, изучать типичные ситуации, просчитывать различные алгоритмы решений этих проблем. К тому же для поддержания социальной стабильности в регионе чрезвычайно важно взаимодействие газеты с аудиторией, читателей друг с другом.

Алиция Пинюта

Газета «Беларус-МТЗ обозрение»

МЕЖДУНАРОДНАЯ ЖИЗНЬ В КОРПОРАТИВНОЙ ГАЗЕТЕ: «ЗА» И «ПРОТИВ»

Республика Беларусь после обретения суверенитета начала строить самостоятельную не только внутреннюю, но и внешнюю политику. И это определило направления развития, которые независимое государство выбрало для себя. Определив внутреннюю политику как социально ориентированную, руководство страны поставило главную цель социально-экономического развития Беларуси – дальнейшее повышение уровня и качества жизни населения на основе повышения конкуренто-

способности экономики. Для достижения цели необходимо выполнить ряд задач, среди которых – создание благоприятных условий для интеллектуального, творческого и профессионального роста, обеспечение инновационной направленности развития экономики и на этой основе повышение ее конкурентоспособности, расширение взаимовыгодных экономических связей со странами ближнего и дальнего зарубежья. Без создания и производства конкурентоспособной экспортоориентированной промышленной продукции решение этих задач можно считать неэффективным, а в некоторых ситуациях и невозможным. Промышленный потенциал Республики Беларусь всегда был тем основанием, на котором можно строить «здание» всей экономики.

От эффективной работы промышленности, и в первую очередь таких предприятий – брендов нашей страны, как ОАО «Минский тракторный завод», ОАО «БЕЛАЗ-ХОЛДИНГ» управляющая компания «БЕЛАЗ-ХОЛДИНГ», ОАО «МАЗ» и других, зависит объем валютных поступлений в бюджет Республики Беларусь, из которого финансируются все социальные программы нашего государства. Разумные управленческие решения, продуманная маркетинговая политика, повышение объемов экспорта, освоение новых рынков сбыта, модернизация производства, внедрение инновационных проектов и, конечно, выпуск инновационной конкурентоспособной продукции – слагаемые успешной работы предприятий. Важнейшим инновационно-инвестиционным проектом Минского тракторного завода является проект «Создание новых и модернизация действующих производств РУП «МТЗ» в 2009–2015 гг.». Его цель – создание производственных мощностей в 2015 году в ОАО «МТЗ» под наращивание объемов выпуска перспективных моделей тракторов и машин, насыщение отечественного рынка высокотехнологичной импортозамещающей продукцией и продвижение этой продукции на зарубежные рынки. В рамках реализуемых проектов и программ на МТЗ созданы мощности и освоено производство линейки тракторов мощностью 80–350 л. с. с двигателями, соответствующими экологическим требованиям Stage-IIIb, идет освоение выпуска тракторов в соответствии с требованиями Stage-IV. Начато производство малогабаритных тракторов мощностью 35 л. с. с отечественными двигателями производства ММЗ (альтернатива импортным по программе «Импортозамещение», а также в целях снижения себестоимости). Созданы модификации малогабаритных тракторов «Беларус-320P», «Беларус-321», «Беларус-421» для продвижения на рынках Юго-Восточной Азии. Впервые создан образец белорусского колесного трактора «Беларус-4520» мощностью

450 л. с. Объем реализованной экспортной продукции в общем объеме составил более 87 %.

ОАО «МТЗ» разработан ряд маркетинговых мероприятий, в частности – совершенствование структуры ТПС, которые будут способствовать росту экспорта продукции и, как следствие, улучшению финансового состояния предприятия. Информирование коллектива ОАО «Минский тракторный завод» и предприятий, входящих в «МТЗ-ХОЛДИНГ», о всех проектах – одна из непосредственных задач газеты «Беларус-МТЗ обозрение», учредителями которой являются ОАО «МТЗ» и профком ОАО «МТЗ». В соответствии с типологией корпоративных изданий газета относится к смешанному виду и, соответственно, позиционирует себя на медиа-рынке Беларуси как массово-политическое издание. Отсюда и задачи, которые коллектив редакции ставит перед собой. Для руководства предприятия и общественной организации газета становится хорошим пиар-инструментом в поддержании положительного имиджа и укреплении авторитета ОАО «МТЗ» и эффективным инструментом реализации информационной политики.

На страницах газеты регулярными стали рубрики «Маркетинг», «Внешнеэкономические связи», «Встречи», «Зарубежная командировка», «Наша марка», «Рынки сбыта», «География поставок», «Актуальное интервью», «Награды», «Выставки», «Товаропроводящая сеть», «Международное сотрудничество». Одна из задач редакции – освещение международной деятельности первичной профсоюзной организации Белорусского профсоюза работников автомобильного и сельскохозяйственного машиностроения. Материалы об этом также находят свое место на страницах газеты производственного коллектива. Жанры, которые используют журналисты «Беларус-МТЗ обозрения», за последние годы расширились. Теперь это не только информации, заметки или расширенные заметки, фоторепортажи и репортажи, но и актуальные интервью, корреспонденции, аналитические статьи. На страницах газеты рассказывается не только о выставках и наградах, полученных продукцией МТЗ, но и о товаропроводящей сети, новых рынках сбыта, сборочных производствах. Более того, в последнее время используется и практика рассказа о тех государствах, где работает наша техника или сами сотрудники акционерного общества. Правда, не так часто, как хотелось бы.

Из первых уст читатель получает разнообразную информацию, которая в том числе укрепляет корпоративную культуру, воспитывает чувство гордости за создаваемую продукцию и расширяет кругозор.

Значенне гэтай інфармацыі, якая падаецца журналістамі ў сааўторстве са спецыялістамі, выступаючымі ў гэтай сітуацыі як найбольш аўтарытэтный іх істочнік, робяць іх даступнай (ціраж газеты – 9000 экзэмпляраў) і панятнай (матэрыялы напісаны делавым стылем, нодоступным языком). А значыць, эфектыўнасць інфармацыйнай палітыкі, праводзімой як кіраванствам прадпрыемства, так і калектывам рэдакцыі, высокая.

Нодасвятленне міжнароднай тэматыкі не заканчваецца на «месным» (ОАО «МТЗ») узроўні. Пасколькі газета «Беларус-МТЗ абзрэне» пазіцыянуе сябе на медыа-рынку як масаво-палітычнае выданне, на іх старонках публікуюцца матэрыялы і о міжнароднай палітыцы, рэалізаванай беларускім дзярствам. Істочнікам інфармацыі ў даным выпадку выступаюць афіцыйныя асобы, кіраўнікі і спецыялісты міністэрстваў і ведаўстваў, а такжэ інфармагентаўства.

О тым, ставіць лі так пытанне, як он вынесены ў загаловак гэтай статыі, гавораць пажадання чытацеляў. Галоўнае з іх – неабходна спецыялізаваная палоса «Міжнародная панарама». Для чытацеляў газеты «Беларус-МТЗ абзрэне» – супрацоўнікаў ОАО «МТЗ» она стане сваябразным паказателем прычаснасці к большаму агульнаму дзелу, якое робіць нашу Беларусь незалежным дзярствам і ўмацаваць іх аўтарытэт на міжнародным узроўні, а такжэ даступным істочнікам інфармацыі о міжнароднай дзярствавеннай палітыцы нашай стра-ны і будзе выхавваць пачуццва патрыятызма.

Вольга Самусевіч

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

АРХІТЭКТОНІКА СУЧАСНАГА ЖУРНАЛІСЦКАГА ТЭКСТУ (на матэрыяле беларускай прэсы)

Любы журналісцкі тэкст уяўляе сабой камунікатыўнае, структурнае і семантычнае адзінства, што ўвасабляецца ў дакладнай кампазіцыі – у пабудове твора, абумоўленай аўтарскімі інтэнцыямі, зместам і выбраным жанрам.

У навуковай літаратуры размяжоўваюць знешнюю і ўнутраную кампазіцыю [2, с. 106]. Калі ўнутраная (ці змястоўная) кампазіцыя вызначаецца найперш сістэмай вобразаў-характараў / персанажаў, сваяасаблівасцю сюжэта, фактамі і дэталямі, то знешняя (архітэктоніка) – гэта члянэнне тэксту на дыскрэтныя адзінкі. У дадзеным да тэкстаў